
INICIATIVA IREC



// **Competitiveness**

Producto 7 - Documento de Plan de Acción

Ruta Competitiva de la industria de eventos y
convenciones de Risaralda

Febrero de 2014

Índice

¿Qué son las líneas de acción?	8
Recordatorio corto de la estrategia	8
Resumen de las líneas de acción.....	9
Área de Mejora 1 Especialización y profesionalización de los servicios	11
Líneas de acción del área de mejora	12
Línea de acción 1.1: Fortalecimiento y Especialización de los Organizadores Profesionales de Congresos OPCs.....	13
1. Resumen/ Contexto	13
2. Descripción de la línea de acción	13
3. Objetivo	14
4. Responsable de coordinación	14
5. Cronograma.....	14
6. Presupuesto	14
7 Fuentes de financiamiento	15
8 Actores públicos y privados a involucrar	16
9 Ejemplo de referencia	16
10 Plazo sugerido de ejecución.....	16
Línea de acción 1.2: Capital humano para la industria.	17
1. Resumen/ Contexto	17
2. Descripción de la línea de acción	17

3.	Objetivo	18
4.	Responsable de coordinación	18
5.	Cronograma.....	18
6.	Presupuesto	19
7.	Fuentes de financiamiento	20
8.	Actores públicos y privados a involucrar	21
9.	Ejemplo de referencia	21
10.	Plazo sugerido de ejecución.....	21
Línea de acción 1.3: Fortalecimiento de proveedores para la industria.		23
1.	Resumen/ Contexto	23
2.	Descripción de la línea de acción	23
3.	Objetivo	23
4.	Responsable de coordinación	23
5.	Cronograma.....	24
6.	Presupuesto	24
7.	Fuentes de financiamiento	25
8.	Actores públicos y privados a involucrar	25
9.	Ejemplo de referencia	25
10.	Plazo sugerido de ejecución.....	26
Línea de acción 1.4: Innovación y TICs para la industria de Eventos y Convenciones.		27
1.	Resumen/ Contexto	27

2.	Descripción de la línea de acción	27
3.	Objetivo	28
4.	Responsable de coordinación	28
5.	Cronograma.....	28
6.	Presupuesto	29
7.	Fuentes de financiamiento	30
8.	Actores públicos y privados a involucrar	31
9.	Ejemplo de referencia	31
10.	Plazo sugerido de ejecución.....	32
	Área de Mejora 2 Articulación y gestión del territorio	33
	Líneas de acción del área de mejora	34
	Línea 2.1. Requerimientos de calidad para los actores de la industria:	36
1.	Resumen/Contexto	36
2.	Descripción de la línea de acción	36
3.	Objetivo	37
4.	Responsable de coordinación	37
5.	Cronograma.....	37
6.	Costos estimados	38
7.	Fuentes de financiamiento	38
8.	Actores públicos y privados a involucrar	39
9.	Ejemplos de referencia	39
10.	Plazo sugerido de ejecución.....	39

Línea 2.2. Coordinación de agentes en el territorio para eventos masivos41

1. Resumen/Contexto	41
2. Descripción de la línea de acción	41
3. Objetivo	41
4. Responsable de coordinación	41
5. Cronograma.....	42
6. Costos estimados	42
7. Fuentes de financiamiento	43
8. Actores públicos y privados a involucrar	43
9. Ejemplos de referencia	43
10. Plazo sugerido de ejecución.....	44

Línea 2.3. Generación de información estratégica para la industria45

1. Resumen/Contexto	45
2. Descripción de la línea de acción	45
3. Objetivo	45
4. Responsable de coordinación	46
5. Cronograma.....	46
6. Costos estimados	46
7. Fuentes de financiamiento	47
8. Actores públicos y privados a involucrar	47
9. Ejemplos de referencia	48

10. Plazo sugerido de ejecución.....	48
Línea 2.4. Campaña motivacional para la ciudadanía como parte de la industria.....	49
1. Resumen/Contexto	49
2. Descripción de la línea de acción	49
3. Objetivo	49
4. Responsable de coordinación	49
5. Cronograma.....	50
6. Costos estimados	50
7. Fuentes de financiamiento	51
8. Actores públicos y privados a involucrar	52
9. Ejemplos de referencia	52
10. Plazo sugerido de ejecución.....	52
Área de Mejora 3. Captación de Eventos	53
Líneas de acción del área de mejora	54
Línea de acción 3.1: Promoción del territorio y de la oferta específica de la Industria de Eventos y Convenciones del Departamento.	55
1. Resumen/ Contexto	55
2. Descripción de la línea de acción	55
3. Objetivo	56
4. Responsable de coordinación	56
5. Cronograma.....	57

6.	Presupuesto	58
7.	Fuentes de financiamiento	58
8.	Actores públicos y privados a involucrar	59
9.	Ejemplo de referencia	60
10.	Plazo sugerido de ejecución.....	60

Línea de acción 3.2: Estrategias para la postulación y captación de eventos.61

1.	Resumen/ Contexto	61
2.	Descripción de la línea de acción	61
3.	Objetivo	61
4.	Responsable de coordinación	62
5.	Cronograma.....	62
6.	Presupuesto	62
7.	Fuentes de financiamiento	63
8.	Actores públicos y privados a involucrar	63
9.	Ejemplo de referencia	64
10.	Plazo sugerido de ejecución.....	66

¿Qué son las líneas de acción?

Las líneas de acción no representan todas las acciones que se deberían hacer para lograr los objetivos, sino que son el principio de un esfuerzo de largo plazo que se requiere para mejorar el desempeño del cluster.

El objetivo es lanzar una serie de acciones para comenzar a adoptar la estrategia y ayudar a las empresas a desarrollarse en el nuevo negocio.

Estas líneas de acción no deberán ser muy complicadas o de muy largo plazo, por el contrario deberían mostrar victorias tempranas que permitan evidenciar que la estrategia es posible e interesante, buscando convencer a más gente para que se una a la estrategia establecida.

Recordatorio corto de la estrategia

Dentro de la Industria de Eventos y Convenciones se pueden observar 2 tipos de clientes, el primero que es quien realiza o planea el evento, y es finalmente el tomador de decisión, y el segundo que es quien participa del evento. Para este caso la definición estratégica de la industria se realiza basada en las decisiones del primer tipo de clientes, a pesar de buscar satisfacer las amplias necesidades del segundo.

Dentro de los tomadores de decisiones podemos encontrar las organizaciones en las que se decide de manera vertical, es decir corporaciones, en donde el desarrollo de convenciones empresariales, convenciones políticas e incentivos corporativos, son basados en el control del presupuesto, los eventos tienen menor duración y la locación es altamente sustituible. Por otro lado están las organizaciones con toma de decisión horizontal, asociaciones, en donde eventos como congresos de profesionales y académicos y ferias y exposiciones, se desarrollan en función de eventos más cortos y especializados, donde las OPC (Operadores Profesionales de Congresos) especializadas cumplen un papel fundamental y es común la fusión de congresos con ferias.

Adicional a las diferentes tendencias de acuerdo a los tipos de clientes anteriormente expresadas, encontramos en general una industria

cambiante, altamente especializada, que busca la incorporación de TICs dentro de sus diferentes procesos, la combinación entre experiencia presencial y virtual, y en donde el desarrollo de eventos se establece como una pieza estratégica dentro de la institución que pierde la temporalidad gracias a la labor de gestión de las comunidades.

Con el fin de lograr llegar a este nuevo tipo de cliente especializado se debe entonces pasar de ofrecer servicios puntuales para el desarrollo del evento, a realizar la gestión del pre, durante y post del evento, para lo cual se hace necesario trabajar principalmente en la especialización y profesionalización de los servicios, la articulación y gestión del territorio, así como afinar el proceso de captación de eventos.

Resumen de las líneas de acción

Las siguientes acciones han sido definidas con el fin de mejorar la competitividad de la Industria de Eventos y Convenciones en el departamento de Risaralda:

Área de Mejora 1: Especialización y profesionalización de los servicios

- Línea de Acción 1.1: Fortalecimiento y Especialización de los Organizadores Profesionales de Congresos OPCs
- Línea de Acción 1.2: Capital humano para la Industria
- Línea de Acción 1.3: Fortalecimiento de proveedores para la industria
- Línea de Acción 1.4: Innovación y TICs para la industria de Eventos y Convenciones

Área de Mejora 2: Articulación y gestión del territorio

- Línea de Acción 2.1: Requerimientos de calidad para los actores de la industria
- Línea de Acción 2.2: Coordinación de agentes en el territorio para eventos masivos
- Línea de Acción 2.3: Generación de información estratégica para la industria
- Línea de Acción 2.4: Campaña motivacional para la ciudadanía

nía como parte de la industria

Área de Mejora 3: Captación de eventos

- Línea de Acción 3.1: Promoción del territorio y de la oferta específica de la Industria de Eventos y Convenciones del Departamento
- Línea de Acción 3.2: Estrategias para la postulación y captación de eventos

En el capítulo siguiente se presentan detalles sobre cada una de ellas.

Área de Mejora 1 Especialización y profesionalización de los servicios

Con esta área de mejora se pretende aumentar el grado de especialización y de profesionalización de las empresas de servicios que forman parte de la Industria de Eventos y Convenciones en Risaralda. En este sentido, las líneas de acción definidas buscarán impactar sectores de la cadena de valor tales como: proveedores, locaciones, Organizadores profesionales de Congresos (OPC), industria y entidades de soporte y empresas de desarrollo de TICs para la industria.



El desarrollo de las líneas de acción se realizó con la participación de los siguientes actores de la cadena de valor: hotel Movich, Expofuturo, COTELCO, Renta byte, Plataforma, GPS consultoría, logística y eventos, Invest in Pereira, Tyol, SENA, Cluster TIC, Cámara de Comercio de Pereira, SITE soluciones innovadoras en tecnología Empresarial y Recreatur San Cristobal.



Líneas de acción del área de mejora

Línea 1.1: Fortalecimiento y Especialización de los Organizadores Profesionales de Congresos OPCs.

A través de esta línea de acción se busca involucrar a las empresas que dentro de sus servicios se dedican a la organización de eventos y convenciones, en un proceso de acompañamiento y formación para lograr la generación de oferta de servicios más especializados y acorde con las tendencias de la industria.

Línea 1.2: Capital humano para la Industria

Esta línea de acción pretende trabajar en dos aspectos. El primero busca conocer la oferta y requerimientos de la industria en recurso humano, con el fin de promover la participación del sector académico en la generación programas formación para la industria de eventos y convenciones. El segundo aspecto va orientado hacia la formación de personal en la gestión de eventos y congresos.

Línea 1.3: Fortalecimiento de proveedores para la industria

Desarrollar un programa de acompañamiento a las empresas que proveen la industria de eventos y convenciones es lo que se persigue con esta línea de acción. Se pretende propiciar la generación de oferta de productos y servicios acorde con las exigencias y las tendencias de la industria.

Línea 1.4: Innovación y TICs para la industria de Eventos y Convenciones

Las TICs se convierten en un elemento transversal y fundamental dentro de la industria de eventos y convenciones. En este sentido, esta línea de acción busca promover el acercamiento entre la oferta y la demanda con el fin motivar el uso de soluciones tecnológicas como soporte a la industria.

Línea de acción 1.1: Fortalecimiento y Especialización de los Organizadores Profesionales de Congresos OPCs.

1. Resumen/ Contexto

Las empresas que compiten en la industria de eventos y convenciones se caracterizan por generar servicios que más allá de lo locativo y operativo buscan la gestión integral de eventos en una línea de tiempo pre – durante y post. Estas empresas han identificado que el concepto de la calidad, la cualificación de su personal y el uso de las TICs son elementos fundamentales para ser competitivas en este mercado y para generar garantía en el cliente.

2. Descripción de la línea de acción

Esta línea de acción se desarrollará a través de las siguientes actividades específicas.

- Realizar un proceso de identificación de las empresas OPCs o personas naturales que ofrecen servicios relacionados con la organización de eventos y congresos.
- Diseñar un programa de fortalecimiento empresarial. Dentro de este programa deberán tenerse en cuenta aspectos de referencia tales como:
 - o Mercados estratégicos dentro de la industria.
 - o Formalización y creación de empresas OPCs.
 - o Identificación de brechas entre la oferta de las empresas vinculadas y las exigencias del mercado.
 - o Asesoría en la construcción de portafolio de servicios de acuerdo con el nivel de especialización.
 - o Identificación de clientes de acuerdo con la especialización de los servicios.
- Realizar convocatoria a las empresas y o personas naturales interesadas para vincularlas dentro del programa.
- Implementación del programa de acompañamiento. Que se replicará cada año, de acuerdo con la masa crítica de empresas que vayan surgiendo.

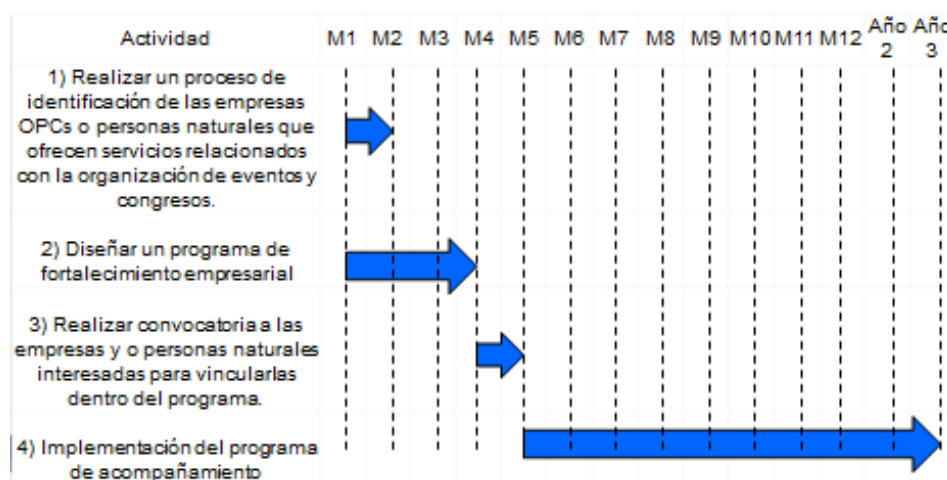
3. Objetivo

Profesionalizar los servicios de las empresas que organizan Eventos y Convenciones con altos criterios de calidad.

4. Responsable de coordinación

Cámara de Comercio de Pereira – Convention Bureau. Tendrán una función de articulación de los actores involucrados para poner en marcha las actividades planteadas, igualmente en la gestión y estructuración de proyectos para aplicación a posibles fuentes de financiación.

5. Cronograma



6. Presupuesto

El presupuesto para el año 1 para la ejecución de las actividades de esta línea de acción es de \$71.700.000 y se detalla de la siguiente manera:

Actividad	Detalle	Presupuesto para el primer año
1) Realizar un proceso de identificación de las empresas OPCs o personas naturales que ofrecen servicios relacionados con la organización de eventos y congresos.	Practicante	\$700.000
2) Diseñar un programa de fortalecimiento empresarial	Experto	\$20.000.000

3) Realizar convocatoria a las empresas y o personas naturales interesadas para vincularlas dentro del programa.	Invitaciones y practicante	\$1.000.000
4) Implementación del programa de acompañamiento	Asesoría + visitas + charlas	\$50.000.000
	TOTAL	\$71.700.000

7 Fuentes de financiamiento

Para poder financiar esta línea de acción se identificaron tres fuentes potenciales:

Convocatoria INNPULSA Colombia - Convocatoria nacional para el apoyo a encadenamientos productivos: Adjudicar recursos de cofinanciación no reembolsables a proyectos cuya finalidad sea el fortalecimiento de las Mi pymes que hagan parte de la cadena de distribución o proveeduría de una empresa Ancla o hagan parte de un Clúster.

Encadenamiento tipo 2 - Encadenamientos Transversales/ Clúster

Son servicios de apoyo o fortalecimiento de actividades empresariales ofrecidos a través de: asistencia técnica o consultoría y capacitación

Programa fortalecimiento MYPES SENA: fue incluido dentro de las estrategias de la Dirección de Empleo, Trabajo y Emprendimiento para brindar un mayor soporte a las Mipes (Medianas y Pequeñas Empresas)

- Sensibilización: del Programa Fortalecimiento a Mipes.
- Diagnóstico: mediante la aplicación de una herramienta se evalúa la situación actual de su organización en cada una de sus áreas.
- Formulación del plan de acción: se priorizan los componentes de cada área y se proponen mejoras en cada una de ellas, para alcanzar fortalecimiento y generación de más empleos formalizados.
- Plan de acción: se hace un acompañamiento para su implementación y mejora continua.

Cámara de Comercio de Pereira: a través de las acciones que lleva a cabo anualmente su coordinación de emprendimiento.

8 Actores públicos y privados a involucrar

- Empresas organizadoras de eventos (Beneficiarias)
- Convention Bureau (Coordinador)
- SENA (Apoyo técnico)
- Cámaras de Comercio (Apoyo técnico)
- Gremios (Beneficiarios y aportantes)
- Alcaldía de Pereira: secretaría de gobierno y secretaría de planeación (Aportantes)

9 Ejemplo de referencia



OPC Madrid y Centro: agrupa a más de cien compañías que prestan sus servicios en el área de los congresos y reuniones. Tiene dentro de sus objetivos potenciar la calidad de los servicios prestados por los asociados y proyectar una imagen de marca conjunta que refuerce y distinga a las empresas profesionales.

Dentro de sus servicios, fomentan y promocionan convocatorias dirigidas hacia el fortalecimiento de los servicios de las OPC.
<http://www.opcmadrid.com/convocatorias/>

10 Plazo sugerido de ejecución

El cronograma de ejecución se tiene estipulado en un período de 1 año, con posibilidad de replicar el programa de acompañamiento cada año hasta el año 3, se dará en la medida que exista masa crítica de participantes interesados en incorporarse al programa.

Línea de acción 1.2: Capital humano para la industria.

1. Resumen/ Contexto

Para competir en el segmento de la gestión integral de eventos, es fundamental contar con el capital humano calificado en todos los eslabones de la cadena de valor. Es decir, el capital humano que soporte la labor de gestión de las OPC, el de soporte a la proveeduría, y el que soporta los servicios complementarios. Lo anterior supone la identificación de requerimientos de capital humano para la cadena de valor de la industria de eventos y convenciones, y con base en esto, la generación de oferta académica pertinente para la generación de masa crítica de recurso humano calificado.

2. Descripción de la línea de acción

Esta línea de acción se desarrollará a través de las siguientes sub acciones:

2.1 Realizar un estudio de necesidades de capital humano para la industria de eventos y convenciones: esta sub acción busca tener claridad sobre las necesidades puntuales de personal calificado que dé soporte a la industria de eventos y convenciones. Se desarrollarán las siguientes actividades:

- Identificación de la tipología de recurso humano de acuerdo con los requerimientos de la industria de eventos y convenciones
- Caracterización de la oferta educativa profesional, técnica, tecnológica y continuada en la región en temas alusivos a la industria.
- Realizar análisis sobre la pertinencia de la oferta actual y la oferta faltante con el fin de identificar brechas.
- Identificación de temas y perfiles de formación específicos necesarios para cursos cortos.
- Desarrollar un perfil de programas tecnológicos, pregrado y postgrado de acuerdo con las brechas identificadas en el estudio.

2.2 Diseñar y desarrollar un programa de formación técnico o de educación continuada en organización de eventos y convenciones: lo anterior permitirá formar un primer grupo de parti-

participantes interesados en generar las competencias para la gestión integral de eventos. Para lo anterior se define la siguiente ruta:

- Diseñar la estructura del programa técnico de acuerdo con las tendencias de la industria y que incorpore las siguientes áreas de referencia:
 - o Gestión, planificación y organización del evento.
 - o Desarrollo de estrategias de promoción global del evento.
 - o Uso de herramientas tecnológicas (TICs) para el desarrollo de eventos, ferias y congresos
 - o Coordinación durante la celebración del evento.
 - o Estrategias para la presupuestación de un evento
 - o Evaluación de resultados del evento
 - o Operación de secretarías técnicas dentro de organizaciones
- Convocar aspirantes interesados en participar del programa
- Puesta en marcha del programa técnico en gestión de eventos, ferias y congresos.

3. Objetivo

Desarrollar las capacidades de recurso humano necesarias actualmente y a futuro dentro de la industria de Eventos y Convenciones de Risaralda.

4. Responsable de coordinación

SENA seccional Risaralda: cumplirá el papel de coordinador en el proceso de estructuración e implementación del programa de formación con el apoyo de los actores involucrados en esta línea. Igualmente propiciará la participación de otras instituciones técnicas en la generación de oferta de formación este tipo.

5. Cronograma

Para la sub acción 1:

Actividad	Sub – Actividad	M 1	M3	M6	M9	M12	Año 2	Año 3
Realizar un estudio de necesidades de capital humano para la industria de eventos y convenciones	1) Identificación de la tipología de recurso humano requerida.	→						
	2) Caracterización de la oferta educativa profesional, técnica, tecnológica y continuada en la región.		→					
	3) Realizar análisis sobre la pertinencia de la oferta actual y la oferta faltante.			→				
	4) Identificación de temas y perfiles de formación específicos necesarios para cursos cortos.				→			
	5) Desarrollar un perfil de programas tecnológicos, pregrado y postgrado de acuerdo con las brechas identificadas en el estudio.					→		

Para la sub acción 2:

Actividad	Sub – Actividad	M 1	M3	M6	M9	M12	Año 2	Año 3
Diseñar y desarrollar un programa de formación técnico o de educación continuada en organización de eventos y convenciones	1) Diseñar la estructura del programa técnico	→						
	2) Convocar aspirantes interesados en participar del programa de formación técnica		→					
	3) Puesta en marcha del programa técnico en gestión de eventos, ferias y congresos.			→				

6. Presupuesto

El presupuesto para el estudio de identificación de recurso humano es de \$60.000.000. Para la implementación del curso de formación por una cohorte se estipula en \$37.000.000. El presupuesto total para la implementación de la línea de acción durante un año es de \$97.000.000. Se detalla en las siguientes tablas:

Detalle acción	Actividad	Costo	Presupuesto para el primer año

Realizar un estudio de necesidades de capital humano para la industria de eventos y convenciones que incorpore:	Identificación de la tipología de recurso humano requerida por la industria de eventos y convenciones	Experto o grupo de expertos	\$60.000.000
	Caracterización de la oferta educativa profesional, técnica, tecnológica y continuada en la región en temas alusivos a la industria.		
	Realizar análisis sobre la pertinencia de la oferta actual y la oferta faltante con el fin de identificar brechas.		
	Identificación de temas y perfiles de formación específicos necesarios para cursos cortos.		
	Desarrollar un perfil de programas tecnológicos, pregrado y postgrado de acuerdo con las brechas identificadas en el estudio.		
TOTAL			\$60.000.000

Detalle acción	Actividad	Detalle	Presupuesto para el primer año
Diseñar y desarrollar un programa de formación técnica o de educación continuada en organización de eventos y convenciones	Diseñar la estructura del programa técnico	Experto	\$8.000.000
	Convocar aspirantes interesados en participar del programa de formación técnica	Practicante + invitaciones + Promoción	\$4.000.000
	Puesta en marcha del programa técnico en gestión de eventos, ferias y congresos.	arrendamiento + papelería + memorias + logística	\$25.000.000
TOTAL			\$37.000.000

7. Fuentes de financiamiento

Para poder financiar esta línea de acción se identificaron tres fuentes potenciales:

El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA: desarrolla cursos de formación a la medida y cursos técnicos de acuerdo con las necesidades del entorno y el sector empresarial.

Cámaras de Comercio: desde la oferta de cursos, talleres y diplomados.

Universidades: con oferta de formación en temas afines a la industria de eventos ferias y convenciones.

8. Actores públicos y privados a involucrar

- SENA (Coordina, articula y genera oferta)
- Instituciones técnicas y tecnológicas (Generan oferta)
- Universidades con programas afines a la industria (Generan oferta)
- Ministerio de educación Nacional (Financia y define políticas)
- Cámaras de Comercio (Articulan y gestionan)
- Gremios (Exponen requerimientos y generan demanda)
- Programa de Transformación Productiva a través de I Speak (Genera oferta en formación puntual de inglés)

9. Ejemplo de referencia



IEDE Business School: cuenta con el primer Máster Universitario en Gestión de Turismo de Congresos, Convenciones y Empresas OPC del mercado, adaptado al sistema educativo del Espacio Europeo de Educación Superior. Para el desarrollo e impartición de este máster, ha establecido una serie de acuerdos preferentes de colaboración con empresas e instituciones del sector, como la Asociación de Organizadores Profesionales de Congresos (OPC) de Madrid Centro y la Federación Española de Asociaciones de Empresas OPC. <http://www.emagister.cl/gestion-del-turismo-congresos-convenciones-empresas-opc-cursos-2574637.htm>.



UNWTO –OMT: durante el año 2009 desarrolló un estudio de oferta y demanda de formación de recursos humanos en el sector turístico de América Latina, y que para la subregión 2 (Centroamérica y Colombia) tuvo el acompañamiento de la Universidad Externado:

http://seqib.org/documentos/esp/Informe%20Final%20SEGIB-OMT_051009%5B2%5D.pdf

10. Plazo sugerido de ejecución

Para la sub acción 1 correspondiente al estudio de caracterización de necesidades de recurso humano se tiene estipulado un periodo de 1 año, y es una acción que no es repetitiva cada año. Para el programa de formación técnica también se tiene estipulado un plazo de ejecución de 1 año, en este primer año se diseñaría el programa de formación y se iniciaría con una primera cohorte la cual terminaría en el año 3, se podría replicar en más cohortes en la medida que hayan participantes interesados.

Línea de acción 1.3: Fortalecimiento de proveedores para la industria.

1. Resumen/ Contexto

Uno de los aspectos importantes para la gestión integral de eventos en un territorio es brindarle al cliente diversas posibilidades de organizar un evento con condiciones de calidad. Para lo anterior, es importante contar con una oferta amplia de proveedores de productos y servicios para el desarrollo del evento (equipos técnicos, catering, locaciones, equipos audiovisuales, montaje de escenarios, entre otros).

2. Descripción de la línea de acción

Esta línea de acción se desarrollará a través de tres actividades concretas:

- Realizar un estudio de caracterización y mapeo de la oferta local de Proveedores e identificación de proveedores a nivel nacional.
- Realizar un directorio online de proveedores locales tanto de productos como de servicios para la industria de eventos y convenciones por categoría.
- Desarrollar un programa de asistencia técnica y de capacitación a proveedores de la Industria con el objeto de mejorar la calidad y pertinencia de sus servicios.

3. Objetivo

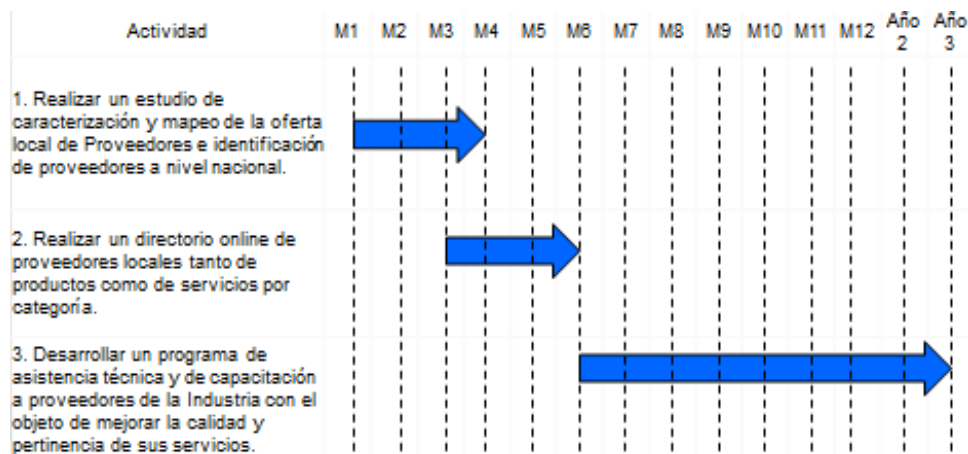
Diseñar e implementar un programa de fortalecimiento de proveedores para la industria regional, que permita garantizar una oferta básica de servicios y productos acorde con las exigencias del sector y su fortalecimiento.

4. Responsable de coordinación

Convention Bureau – Expofuturo: se encargará de coordinar a los actores y proveedores para que sean partícipes del programa. Realizarán un papel articulador entre las empresas involucradas en esta línea de acción con el fin de gestionar los recursos y aplicar a con-

vocatorias en este sentido.

5. Cronograma



6. Presupuesto

El presupuesto está estipulado en \$95.600.000. Se detalla en la siguiente tabla:

Actividad	Detalle	Presupuesto para el primer año
Realizar un estudio de caracterización y mapeo de la oferta local de Proveedores e identificación de proveedores a nivel nacional para aquellos servicios que no se presten en el territorio.	Consultor experto	\$20.000.000
Realizar un directorio online de proveedores locales tanto de productos como de servicios para la industria de eventos y convenciones por categoría.	Directorio Web	\$10.000.000
Desarrollar un programa de asistencia técnica y de capacitación a proveedores de la Industria con el objeto de mejorar la calidad y pertinencia de sus servicios.	Capacitación (4 horas) y logística (auditorio + refrigerios) \$700.000 * 8 sesiones	\$5.600.000
	\$1.200.000 asistencia * 10 horas x empresa * 50 empresas	\$60.000.000
	TOTAL	\$95.600.000

7. Fuentes de financiamiento

Para poder financiar esta línea de acción se identificó una fuente potencial:

Convocatoria INNPULSA Colombia - Convocatoria nacional para el apoyo a encadenamientos productivos: Adjudicar recursos de cofinanciación no reembolsables a proyectos cuya finalidad sea el fortalecimiento de las Mi pymes que hagan parte de la cadena de distribución o proveeduría de una empresa Ancla o hagan parte de un Clúster.

Encadenamiento tipo 1 - Desarrollo de Proveedores o Distribuidores

Son servicios de apoyo o fortalecimiento de actividades empresariales ofrecidos a través de: asistencia técnica o consultoría y capacitación

8. Actores públicos y privados a involucrar

- Convention Bureau (Coordinador y articulador)
- Cámara de comercio de Pereira (Apoya en la formulación de propuestas para aplicar a convocatorias)
- Expofuturo (Coordinador y articulador)
- Gremios (Apoyan la convocatoria)
- Empresas Proveedoras (Beneficiarias)

NOTA: Con el estudio de necesidades de proveeduría específica se identificarán más actores específicos

9. Ejemplo de referencia

No hay un ejemplo de referencia puntual para esta línea de acción en su conjunto. Se puede mostrar un ejemplo de referencia con relación a un directorio online y georreferenciado de proveedores de la industria de eventos y convenciones.



Event Planner Spain: es un portal web en donde se encontrará toda la información necesaria para la organización de eventos privados y eventos de empresa en España y Marruecos. Se pueden consultar todos los servicios que ofrecen las empresas del sector y contactar directamente con ellas de forma gratuita, o utilizar el servicio gratuito de solicitud de presupuesto. También se

podrá tener acceso a ofertas exclusivas, noticias del sector y consejos para organizar un evento. Tiene servicio newsletter mensual.
<http://www.eventplannerspain.com/>

10. Plazo sugerido de ejecución

Las dos primeras actividades de esta línea de acción se tienen estipuladas para un período de 6 meses. La implementación del programa de acompañamiento será permanente y se extenderá hasta el año 3.

Línea de acción 1.4: Innovación y TICs para la industria de Eventos y Convenciones.

1. Resumen/ Contexto

Se ha identificado que tanto los organizadores profesionales de Congresos como los proveedores que están a la vanguardia con la industria, hacen uso de las TICs como soporte a sus servicios. Lo anterior les ha permitido optimizar sus procesos como empresa, así como brindarle facilidad y comodidad al cliente, convirtiéndose como un factor de éxito a la hora de concretar sus negocios.

Esta línea de acción se desarrollará a través de tres actividades concretas:

- Realizar un estudio de caracterización y mapeo de la oferta local de Proveedores e identificación de proveedores a nivel nacional.
- Realizar un directorio online de proveedores locales tanto de productos como de servicios para la industria de eventos y convenciones por categoría.
- Desarrollar un programa de asistencia técnica y de capacitación a proveedores de la Industria con el objeto de mejorar la calidad y pertinencia de sus servicios.

2. Descripción de la línea de acción

Esta línea de acción se llevará a cabo mediante el desarrollo secuencial de las siguientes actividades.

- Inventario de lo que se tiene en la región en soluciones de software para la industria.
- Levantamiento de capacidades (convocatoria de empresas de IT).
- Charlas semestrales de sensibilización dirigidas a empresarios de la Industria de Eventos y Convenciones con invitados expertos.

- Levantamiento de necesidades de tecnologías enfocadas a la industria mediante mesas de trabajo.
- Promover reuniones de encuentro con empresarios del sector en donde se presenten demos con soluciones puntuales de software y sus beneficios
- Poner en marcha la rueda de negocios (una vez por año)

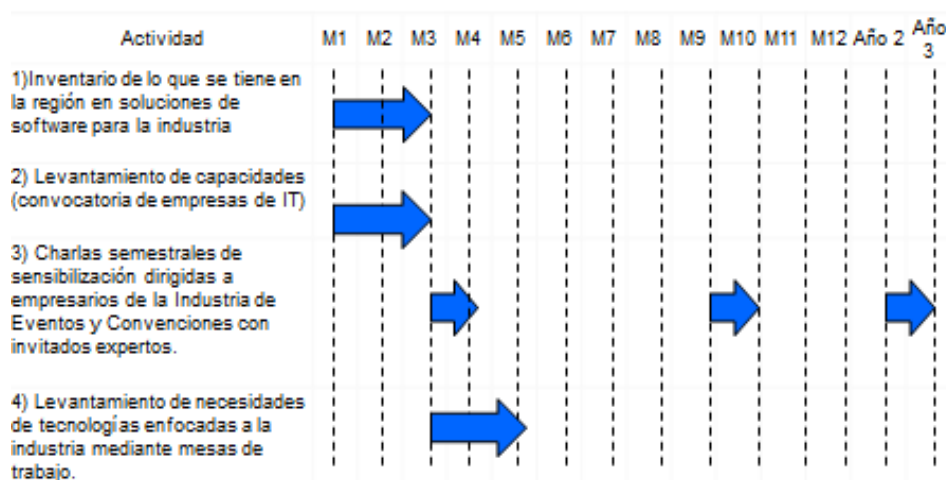
3. Objetivo

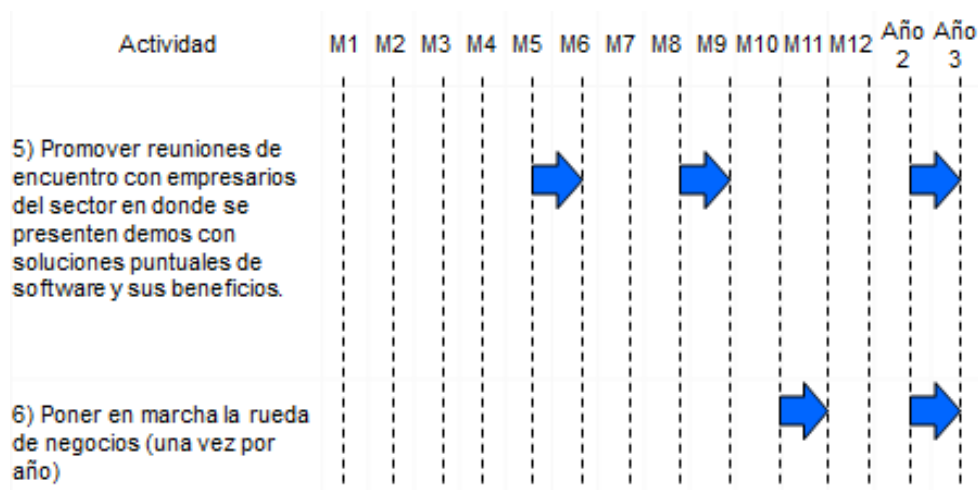
Aumentar la competitividad de las empresas de la Industria de Eventos y Convenciones en Risaralda mediante la incorporación de las Tecnologías de la Información como soporte de sus servicios.

4. Responsable de coordinación

Network IT Cluster TIC: se encargará de coordinar a los actores institucionales y empresas TICs para que se puedan desarrollar las actividades relacionadas con esta línea de acción.

5. Cronograma





6. Presupuesto

El presupuesto calculado para la implementación de la línea de acción durante el primer año es de \$33.900.000

Actividad	Detalle	Presupuesto para el primer año
Inventario de lo que se tiene en la región en soluciones de software para la industria	Profesional	\$5.000.000
Levantamiento de capacidades (convocatoria de empresas de IT)		
Charlas semestrales de sensibilización dirigidas a empresarios de la Industria de Eventos y Convenciones con invitados expertos	Logística (auditorios +refrigerios +convocatoria) + conferencista experto (2 conferencias en el año)	\$7.000.000
Levantamiento de necesidades de tecnologías enfocadas a la industria mediante mesas de trabajo.	mesas de trabajo	\$400.000
Promover reuniones de encuentro con empresarios del sector en donde se presenten demos con soluciones puntuales de software y sus beneficios.	2 reuniones	\$1.500.000
Poner en marcha la rueda de negocios (una vez por año)	(promoción y convocatoria + logística)	\$20.000.000
	TOTAL	\$ 33.900.000

7. Fuentes de financiamiento

Para poder financiar esta línea de acción se identificaron tres fuentes potenciales:

Convocatoria nacional para el apoyo a la implementación de aplicaciones basadas en internet, que mejoren la conectividad de las mipymes colombianas - INNPULSA

Objeto: Apoyar la implementación de aplicaciones basadas en internet que mejoren la conectividad de las Mipymes colombianas.

Dirigido a:

Línea 1: Gremios, Cámaras de Comercio, Confederaciones de Empresarios u Organismo Representante del Encadenamiento Transversal/Cluster.

Línea 2: Mipymes de cualquier sector productivo.

Cuantía: Monto máximo cofinanciable por proyecto COP\$ 2.000'000.000

Fecha de cierre: Hasta agotar recursos.

http://www.innpulsacolombia.com/downloadableFiles/convocatorias/25999666_Terminos%20de%20referencia%20incluida%20adenda%2001.pdf

Por qué es importante esta convocatoria: Esta convocatoria promueve el mejoramiento productivo de las cadenas de valor de las empresas y las empresas pertenecientes a gremios, cámaras de comercio, cluster, entre otros a través de soluciones basadas en internet.

MinTIC: desde la dirección de promoción de TICS articula y fomenta el desarrollo del Ecosistema Digital, en los 32 departamentos de Colombia, mediante el apoyo de iniciativas gubernamentales que requieran el uso de las TIC para el efectivo desarrollo de sus regiones, impulsando en ellas la apropiación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) como herramientas para la disminución de la pobreza, el desempleo y el aumento de la competitividad y la productividad regional

<http://www.mintic.gov.co/index.php/vive-digital-iniciativas/aplicaciones/iniciativas/1825-vive-digital-iniciativas-aplicaciones-3>

Fontur: mediante la línea de competitividad turística cofinancia proyectos encaminados a varias áreas, dentro de ellas: Facilitar la aplicación de tecnologías para la innovación de productos o servicios. Todo esto con el fin de ofrecer al sector la capacidad de crear e integrar productos diferenciados.

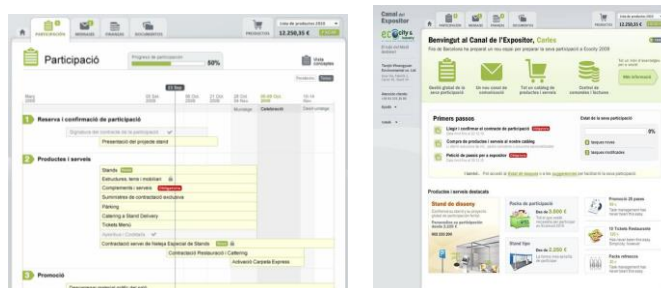
8. Actores públicos y privados a involucrar

- Network IT Cluster TIC (Coordina y articula)
- Tecnoparque SENA (Promueve proyectos)
- Universidad Tecnológica de Pereira (Acompaña y asesora)
- Parquesoft (Acompaña y asesora)
- Ministerio TIC (Financia)
- Gremios (Identifican necesidades de soluciones TICs)
- Universidades que posean programas de ingeniería de sistemas, eléctrica o de telecomunicaciones (Promueve proyectos)
- Gobernación de Risaralda (Financia)
- Alcaldías (Financia)
- Red de Nodos (Acompaña y asesora)

9. Ejemplo de referencia



Fira Barcelona: Ha desarrollado una plataforma virtual, en donde los usuarios pueden armar su stand o espacio de exposiciones a la medida con los requerimientos específicos del cliente, el software es una plataforma que pone a disposición del cliente todo lo que requiere sin que tenga que buscar cada requerimiento por aparte. Canal entre clientes/OPC y proveedores: <http://www.firabarcelona-guestevents.com/>



Welcu: es una empresa chilena con asiento en Colombia cuyo objetivo abarca desde enviar invitaciones para eventos privados, abrir inscripciones gratui-

tas o vender entradas para eventos, Welcu ayuda de principio a fin con interfaces sociales y listas para usar en el móvil de los asistentes. <https://welcu.com/es>



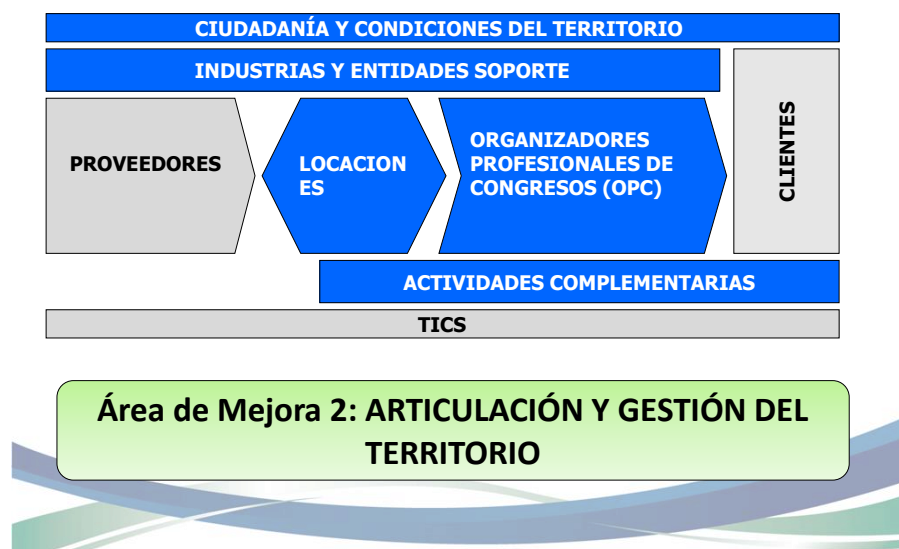
10. Plazo sugerido de ejecución

El plazo sugerido de ejecución es de 11 meses, con posibilidad de réplica en el año 2 y 3, específicamente las actividades relacionadas con: charlas de sensibilización, reuniones de encuentro con empresarios y ruedas de negocios.

Área de Mejora 2 Articulación y gestión del territorio

Teniendo en cuenta que la industria de Eventos y Convenciones reúne un sinnúmero de actividades económicas relacionadas con el territorio en el cual se desarrolla el evento, se ha identificado la necesidad de preparar al territorio para el desarrollo adecuado de eventos de gran complejidad, no solo por su tamaño y logística, si no por su nivel de especialización, y a su vez, permitirle a la región tener mayores rendimientos económicos por el desarrollo de eventos.

Es así entonces como el tener unos requisitos mínimos de calidad de los prestadores de servicios, articular los diferentes actores del territorio, para ofrecer servicios integrados, mantener a la cadena de valor informada sobre las tendencias de la industria, así como sensibilizar a la ciudadanía sobre su rol frente a la recepción y atención de los visitantes, permitirá tanto a los asistentes, como a los organizadores de los eventos, tener una experiencia única.



El desarrollo de las líneas de acción de la presente área de mejora

contó con la participación de los siguientes actores de la cadena de valor: Gobernación de Risaralda, Alcaldía de Santa Rosa de Cabal, Cámara de Comercio de Santa Rosa, Cámara de Comercio de Pereira, Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO), Invest in Pereira, Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO), Ecohotel La Toscana, Asobares Pereira, SENA, TYOL, Revista Destino Café y el programa Pereira Cómo Vamos.



Líneas de acción del área de mejora

La presente área de mejora se encuentra constituida por 4 líneas de acción así:

Línea 2.1: Requerimientos de calidad para los actores de la industria

Con esta línea de acción se busca tener un lenguaje común sobre la calidad mínima esperada, por la demanda o instituciones de apoyo, sobre la prestación de servicios tanto de la industria como de la oferta complementaria.

Línea 2.2: Coordinación de agentes en el territorio para eventos masivos

Se pretende dar un servicio integral por parte del territorio a quienes desarrollan eventos masivos o de complejidad específica, para lo

cual se deben coordinar los diferentes actores dentro del territorio.

Línea 2.3: Generación de información estratégica para la industria

Teniendo en cuenta la especialización de eventos y las variantes tendencias dentro de la industria a nivel mundial, se pretende gestionar información del sector a los integrantes de la cadena de valor, con el fin de que se encuentren adaptando sus servicios continuamente para cumplir con los requisitos de la demanda.

Línea 2.4: Campaña motivacional para la ciudadanía como parte de la industria

Una parte importante dentro de la prestación del servicio de la industria de eventos y convenciones se encuentra asociada a un territorio, por lo cual se requiere que los ciudadanos reconozcan a la industria como una estrategia para el desarrollo regional, y que a su vez conozcan lo que se espera de ellos como parte de la cadena de la industria.

Línea 2.1. Requerimientos de calidad para los actores de la industria:

1. Resumen/Contexto

Para la buena realización de cualquier tipo de eventos es necesario poder contar con estándares mínimos de calidad tanto para las empresas de la cadena de valor de la Industria, como para los servicios complementarios; lo anterior les permitirá conocer que es lo que la demanda espera de ellos, así como presionar procesos de mejoramiento de la calidad.

2. Descripción de la línea de acción

A través de esta línea de acción se buscará impactar tanto a los actores de la industria como a la oferta complementaria, a través de las siguientes actividades:

Actores de la Industria	Oferta Complementaria
1. Identificar requerimientos de calidad que se encuentren siendo aplicados en territorios similares.	Ya se cuenta con el manual de buenas prácticas del Paisaje Cultural Cafetero (PCC)
2. Una vez estudiados los requisitos aplicados a otros territorios se determinarán los requisitos mínimos de calidad a ser aplicados para la industria en Risaralda.	Validación del manual de buenas prácticas del PCC (Paisaje Cultural Cafetero) para su aplicación en la industria de eventos y convenciones.
3. Socialización de requerimientos mínimos de calidad a los actores del clúster a través de jornadas de trabajo, así como desarrollar cartillas informativas para ser usadas en el censo empresarial realizado por las Cámaras de Comercio.	
4. Realizar actividades de seguimiento y desarrollar programas de mejora.	Hacer parte de los comités de control y diferentes escenarios para la gestión turística.

3. Objetivo

Determinar los requerimientos de calidad para las empresas del sector.

4. Responsable de coordinación

El Convention Bureau, tendrá la función de articulación y gestión de la información, sin embargo los requerimientos de calidad deberán estar concertados con los diferentes gremios representativos de la industria.

5. Cronograma

Actividad	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	Año 2	Año 3
1. Para la Industria: Identificar requerimientos de calidad que se encuentren siendo aplicados en territorios similares.	→													
2. Para la Industria: Determinar requisitos mínimos de calidad acordes al territorio.	→													
Para la oferta complementaria: Validación del manual de buenas prácticas del PCC para su aplicación en la industria de eventos y convenciones.	→													

Actividad	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	Año 2	Año 3
3. Para la Industria: Socialización de requerimientos mínimos de calidad a los actores del clúster.			→											
Para la oferta complementaria: Socialización de requerimientos mínimos de calidad a las instituciones encargadas del seguimiento del sector.			→											
4. Para la Industria: Realizar actividades de seguimiento y desarrollar programas de mejora.								→						
Para la oferta complementaria: Hacer parte de los comités de control y diferentes escenarios para la gestión turística.								→						

6. Costos estimados

El presupuesto para el año 1 para la ejecución de las actividades de esta línea de acción es de \$29.400.000 y se detalla de la siguiente manera:

Actividad	Detalle	Costo
Identificar requerimientos de calidad que se encuentren siendo aplicados en territorios similares.	Practicante	\$700.000
Determinar requisitos mínimos de calidad acordes al territorio y validar requisitos de oferta complementaria.	Experto	\$12.000.000
Socialización de requerimientos mínimos de calidad a los actores del clúster. Desarrollar cartillas informativas para ser usadas en el censo empresarial.	Diseño + impresión de 1000 cartillas	\$3.500.000
	4 Jornadas de sensibilización	\$3.200.000
Realizar actividades de seguimiento y desarrollar programas de mejora. Participación en comités de control.	Profesional	\$10.000.000
	TOTAL	\$29.400.000

7. Fuentes de financiamiento

La actividad requiere de la gestión de recursos en el territorio canalizados a través del Convention Bureau.

Fondo Nacional de Turismo FONTUR: Con el fin de fortalecer la competitividad del sector y de los destinos turísticos, el fondo, bajo la línea estratégica “Mejoramiento de la Competitividad Turística”, el Fondo Nacional de Turismo cofinancia proyectos encaminados en:

- Realizar estudios de factibilidad para el desarrollo de nuevos atractivos o el mejoramiento de algunos ya existentes.
- Asistencia técnica para el desarrollo de la planificación turística de los destinos

Instituto Municipal de Cultura y Fomento al Turismo de Pereira: el Instituto a través de su plan de acción y líneas presupuestales cuenta con recursos para el desarrollo de este tipo de programas.

8. Actores públicos y privados a involucrar

- Convention Bureau (coordinador y beneficiario)
- Gobernación de Risaralda (apoyo técnico)
- Alcaldías (apoyo técnico)
- Instituto Municipal de Cultura y Fomento al Turismo de Pereira (portante)
- Cámaras de Comercio (apoyo técnico)
- Gremios (beneficiarios)
- Universidad Tecnológica de Pereira (apoyo técnico teniendo en cuenta su programa de certificación en calidad)
- Proexport Colombia (apoyo Técnico)

9. Ejemplos de referencia

Diversos países que se han especializado en la industria turística cuentan actualmente con normatividad sobre la calidad de la prestación de sus servicios, y han elevado dichos requerimientos a políticas públicas que ayudan a la gestión de la industria. Unos de estos casos son Costa Rica y Australia



Costa Rica

http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/leyes/pdf/Regulations_fot_Tourism_Companies_and_Activities.pdf



Australia

<http://www.tg.com.au/resource-centre/industry-assistance/growing-your-tourism-business/standards-and-accreditation.cfm> -
<http://www.meetingsevents.com.au/>

10. Plazo sugerido de ejecución

El plazo determinado para contar con los manuales de requisitos mínimos de calidad tanto para la industria como para la oferta complementaria es de 4 meses, posteriormente se hará una jornada de sensibilización de 6 meses y finalmente actividades continuas de

seguimiento.

Línea 2.2. Coordinación de agentes en el territorio para eventos masivos

1. Resumen/Contexto

El desarrollo de eventos en un territorio requiere de la sincronía y calidad de una serie de servicios que involucran tanto a prestadores de servicios como a las instituciones o entidades encargadas del desarrollo de la ciudad. Es por esto que se plantea en esta línea de acción la necesidad de crear espacios de comunicación y concertación que permitan al territorio desenvolverse de manera adecuada ante el desarrollo de un evento masivo, así como realizar un proceso de planeación concertado que apunte al mejoramiento de la oferta del departamento como un todo.

2. Descripción de la línea de acción

Este proceso contará con las siguientes actividades:

- Mapeo de las capacidades del territorio para atender eventos masivos. (Actividad coordinada dentro de la caracterización planteada en el área de mejora número uno)
- Creación de una mesa técnica para la atención de eventos masivos, con reuniones periódicas y extraordinarias de acuerdo a los eventos.
- Realizar un proceso de análisis de lecciones aprendidas de los eventos realizados anteriormente en el territorio.
- Construcción de plan de acción de la mesa para la gestión de mejoras en la atención de eventos masivos.

3. Objetivo

Articular los diferentes actores del territorio para ofrecer servicios integrados con el fin de atender la complejidad que implica un evento masivo (transporte, hospedaje, servicios complementarios, etc)

4. Responsable de coordinación

La entidad responsable de la presente línea de acción es el Convention Bureau, quien deberá promover el liderazgo de la Gobernación

de Risaralda y Alcaldía de Pereira.

5. Cronograma

Actividad	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	Año2	Año3
1. Mapeo de las capacidades del territorio para atender eventos masivos.	→													
2. Creación de mesa técnica para la atención de eventos masivos, con reuniones periódicas y extraordinarias de acuerdo a los eventos.	→													
3. Análisis de lecciones aprendidas de los eventos realizados en el territorio.			→											
4. Construcción de plan de acción de la mesa para la gestión de mejoras en la atención de eventos masivos.			→											

6. Costos estimados

El presupuesto para el año 1 para la ejecución de las actividades de esta línea de acción es de \$7.000.000 y se detalla de la siguiente manera:

Actividad	Detalle	Costo para el primer año
1. Mapeo de las capacidades del territorio para atender eventos masivos. (actividad coordinada dentro de la caracterización planteada en la primera mesa)	Presupuesto incluido dentro de la identificación planeada en la mesa 1	-
2. Creación de mesa técnica para la atención de eventos masivos, con reuniones periódicas y extraordinarias de acuerdo a los eventos.	Practicante medio tiempo + desarrollo de las reuniones	\$6.000.000

3. Análisis de lecciones aprendidas de los eventos realizados en el territorio	Actividad que debe ser desarrollada por la mesa de trabajo	-
4. Construcción de plan de acción de la mesa para la gestión de mejoras en la atención de eventos masivos.	Orientación de un experto para la construcción de un plan de acción para la mesa	\$ 1.000.000
	TOTAL	\$7.000.000

7. Fuentes de financiamiento

La actividad requiere de la gestión de recursos en el territorio canalizados a través del Convention Bureau

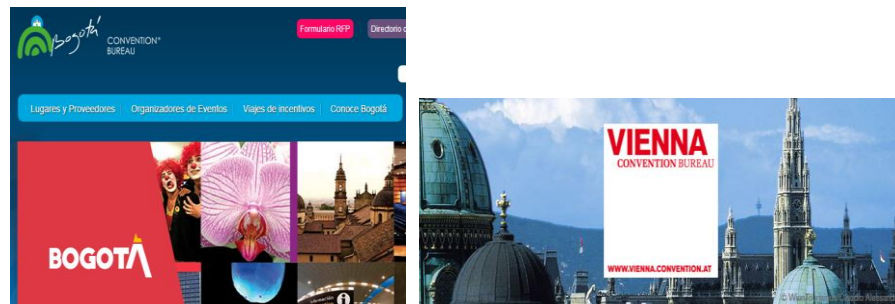
8. Actores públicos y privados a involucrar

- Convention Bureau (coordinador)
- Gobernación de Risaralda (gestor)
- Alcaldías, secretarías de gobierno (gestor)
- Instituto Municipal de Cultura y Fomento al Turismo de Pereira (gestor)
- Policía (gestor)
- Organismos de socorro (gestor)
- Cámaras de Comercio (apoyo técnico)
- Gremios (beneficiarios y gestores):
 - o Asobares
 - o Cotelco
 - o Anato
 - o Fenalco
 - o Red de Calidad Turística
 - o Transportadores
 - o Medios de Comunicación

9. Ejemplos de referencia

Ciudades como Barcelona, Viena y Bogotá, realizan a través de las oficinas de turismo y Convention Bureau el papel de articuladores

del territorio.



Barcelona - www.barcelonaturisme.com - <http://www.scb.es/>

Barcelona y Viena - <http://www.bogotacb.com/es/bureaux-de-convenciones-europeas-ejemplos-seguir>

Viena - <http://www.vienna.convention.at/Event-Planing/Serviceleistungen.aspx>

10. Plazo sugerido de ejecución

Las gestiones de esta línea de acción se realizan de manera continua, sin embargo una vez se cuente con la caracterización y mapeo de las capacidades instaladas en el territorio, la mesa tendrá 3 meses para su constitución, análisis de lecciones aprendidas y construcción de plan de acción.

Línea 2.3. Generación de información estratégica para la industria

1. Resumen/Contexto

Teniendo en cuenta que la industria en estudio es dinámica y cambiante, se hace necesario buscar los mecanismos para que los prestadores de servicios cuenten con información adecuada que les permita no solo ofrecer servicios de excelente calidad, si no que les permita reconocer las nuevas tendencias de la industria y realizar las adaptaciones necesarias para continuar siendo competitivos.

Por lo cual dentro de esta línea de acción se promoverá la realización de foros, conferencias y seminarios sobre tendencias de la industria, la conexión y desarrollo de informes, boletines y separatas en medios informativos regionales y nacionales que promuevan la información del sector, así como el desarrollo informes técnicos y especializados sobre el impacto de la industria en los indicadores de desarrollo regional (ingresos, aporte al PIB, empleo, etc.)

2. Descripción de la línea de acción

El objetivo de esta línea de acción se alcanzará a través de las siguientes actividades:

- Recopilar información de la industria y tendencias de los eventos especializados de las industrias seleccionadas como potenciales.
- Gestión de la información a través de los medios actuales, así como la inclusión de información sectorial en el SITUR una vez esté en funcionamiento.
- Desarrollo de actividades de actualización y formación, mínimo 1 vez por semestre.

3. Objetivo

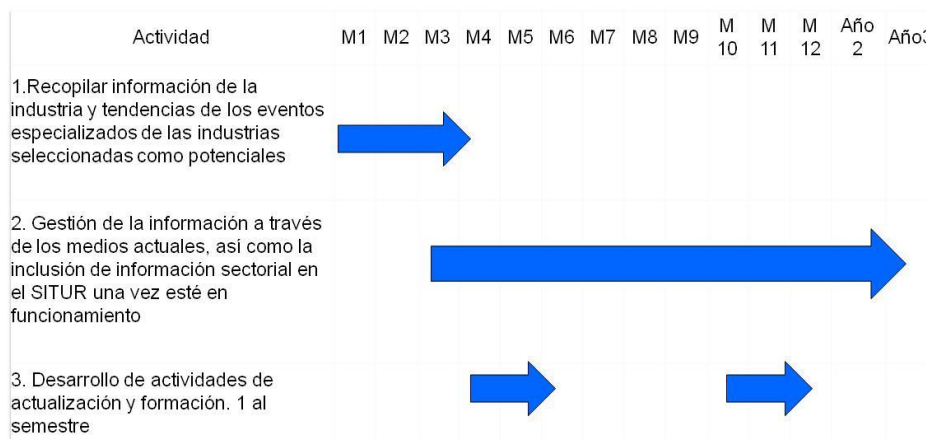
Generar y gestionar información sobre las tendencias de la industria de forma permanente y pertinente que permita a los actores de la cadena de valor adecuar sus estrategias de negocio; así como generar información general de la industria regional y su impacto sobre la

economía.

4. Responsable de coordinación

El Convention Bureau es el encargado de gestionar con las diferentes universidades y centros de investigación.

5. Cronograma



6. Costos estimados

El presupuesto para el año 1 para la ejecución de las actividades de esta línea de acción es de \$18.600.000 y se detalla de la siguiente manera:

Actividad	Detalle	Costo para el primer año
1. Recopilar información de la industria y tendencias de los eventos especializados de las industrias seleccionadas como potenciales.	Practicante	\$2.100.000
2. Gestión de la información a través de los medios actuales, así como la inclusión de información sectorial en el SITUR una vez esté en funcionamiento	Profesional medio tiempo	\$12.500.000

3. Desarrollo de actividades de actualización y formación. 1 al semestre	2 Jornadas de 4 horas de actualización y formación con información del sector y de los sectores principales identificados.	\$4.000.000
	TOTAL	\$18.600.000

7. Fuentes de financiamiento

La actividad requiere de la gestión de recursos en el territorio canalizados a través del Convention Bureau

Fondo Nacional de Turismo FONTUR: Con el fin de fortalecer la competitividad del sector y de los destinos turísticos, el fondo, bajo la línea estratégica “Mejoramiento de la Competitividad Turística”, el Fondo Nacional de Turismo cofinancia proyectos encaminados en:

- Fortalecer las competencias del personal mediante programas de formación, entrenamiento, sensibilización y misiones tecnológicas, a través de cursos, talleres, congresos, foros, seminarios, encuentros y conferencias.
- Facilitar la aplicación de tecnologías para la innovación de productos o servicios Todo esto con el fin de ofrecer al sector la capacidad de crear e integrar productos diferenciados.

Proexport Colombia: Cuenta con suscripciones internacionales para la gestión de información de la industria, la cual se encuentran dispuestos a compartir de acuerdo a requerimientos puntuales.

8. Actores públicos y privados a involucrar

- Convention Bureau (coordinador)
- Gobernación de Risaralda (apoyo técnico)
- Alcaldías (apoyo técnico)
- Instituto Municipal de Cultura y Fomento al Turismo de Pereira (gestor)
- Cámaras de Comercio (apoyo técnico)

- Gremios (apoyo técnico)
- Proexport Colombia (apoyo Técnico)
- Medios de comunicación (gestor)
- Universidades (apoyo técnico y beneficiario)
- Centros de investigación (apoyo técnico y beneficiario)

9. Ejemplos de referencia



En la ciudad de Barcelona, con la información obtenida del sector se genera un plan de acción para estar actualizados con las tendencias del mercado y así mantenerse competitivos.



El International Congress & Convention Association, gestiona la información de la industria a nivel mundial, un ejemplo de esto es el ranking anual de países y ciudades que mejor desempeño tienen dentro de la industria.

Abstract for international associations, press, universities, students and consultants



10. Plazo sugerido de ejecución

Se establece un periodo de 3 meses para la consecución de la información base a gestionar, y posteriormente se realiza el manejo de la información de manera continua.

Línea 2.4. Campaña motivacional para la ciudadanía como parte de la industria

1. Resumen/Contexto

Teniendo en cuenta que una parte importante dentro de la prestación del servicio de la industria de eventos y convenciones se encuentra asociada a un territorio, se requiere entonces que los ciudadanos reconozcan a la industria como una estrategia para el desarrollo regional, y que a su vez interactúen con la industria con el ánimo de potencializarla.

Dado que desde el territorio se han realizado diversas campañas de apropiación, no se deben desconocer tales actividades anteriores, si no buscar la articulación y potencialización de dichas campañas, para lo cual se identificaran los principales nichos a impactar, así como los mensajes a transmitir.

2. Descripción de la línea de acción

Las actividades a realizar dentro de esta línea de acción son:

- Identificación de los mensajes a transmitir.
- Identificación de nichos a impactar.
- Articulación con campañas de apropiación actuales: Marca Pereira, y demás.
- Diseño de Campaña
- Desarrollo de la Campaña (25 jornadas de sensibilización a los grupos objetivos, souvenirs, 2 meses de campaña agresiva en medios)

3. Objetivo

Sensibilizar a la ciudadanía sobre su rol frente a la recepción y atención de los visitantes, brindar información oportuna y de manera amable.

4. Responsable de coordinación

Como responsables de la acción se encuentran las Cámaras de

Comercio de Pereira y de Santa Rosa.

5. Cronograma

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 2	Año 3
1. Identificación de los mensajes a transmitir.	→													
2. Articulación con campañas de apropiación actuales: Marca Pereira, y demás.		→												
3. Diseño de Campaña.			→											
4. Desarrollo de la Campaña (25 jornadas de sensibilización a los grupos objetivos, souvenirs, 2 meses de campaña agresiva en todos los medios).						→								

6. Costos estimados

El presupuesto para el año 1 para la ejecución de las actividades de esta línea de acción es de \$118.500.000 y se detalla de la siguiente manera:

Actividad	Detalle	Presupuesto para el primer año
1. Identificación de los mensajes a transmitir.	Profesional	\$2.000.000
2. Articulación con campañas de apropiación actuales: Marca Pereira, y demás.	Profesional medio tiempo	\$2.500.000
3. Diseño de la campaña	Profesional	\$4.000.000

4. Desarrollo de la campaña	25 charlas de sensibilización	\$20.000.000
	Elementos de recordación	\$10.000.000
	Pauta en medios por dos meses	\$80.000.000
	TOTAL	\$118.500.000

7. Fuentes de financiamiento

Para poder financiar esta línea de acción se identificaron tres fuentes potenciales:

Fondo Nacional de Turismo FONTUR: Con el fin de fortalecer la competitividad del sector y de los destinos turísticos, el fondo, bajo la línea estratégica “Mejoramiento de la Competitividad Turística”, el Fondo Nacional de Turismo cofinancia proyectos encaminados en:

- Programas de seguridad
- Fortalecer las competencias del personal mediante programas de formación, entrenamiento, sensibilización y misiones tecnológicas, a través de cursos, talleres, congresos, foros, seminarios, encuentros y conferencias.

INNPULSA Colombia - Convocatoria nacional para el apoyo a encadenamientos productivos. Adjudicar recursos de cofinanciación no reembolsables a proyectos cuya finalidad sea el fortalecimiento de las Mipymes que hagan parte de la cadena de distribución o proveeduría de una empresa Ancla o hagan parte de un Cluster.

<http://www.innpulsacolombia.com/es/oferta/convocatoria-nacional-para-el-apoyo-encadenamientos-productivos>

Instituto Municipal de Cultura y Fomento al Turismo de Pereira: el Instituto a través de su plan de acción y líneas presupuestales cuenta con recursos para el desarrollo de este tipo de programas.

8. Actores públicos y privados a involucrar

- Gobernación de Risaralda (gestor)
- Alcaldías (gestor)
- Instituto Municipal de Cultura y Fomento al Turismo de Pereira (aportante)
- Cámaras de Comercio (gestor)
- Medios de comunicación (apoyo técnico)
- Universidades y Colegios (gestor)
- Pereira Como vamos (gestor)

9. Ejemplos de referencia

A nivel mundial se realizan campañas que ayudan a la industria a fomentar el buen trato hacia los diferentes tipos de turistas, pero a su vez para resaltar características propias de su comunidad como son el buen trato.



Campaña, Sonríe Ecuador

<http://www.terra.com.ec/noticias/noticias/act1147364/campana-sonrie-ecuador.html>

Argentina, un país con buena gente

<http://dimensionargentina.blogspot.com/2012/06/el-nuevo-slogan-argentina-un-pais-con.html>

10. Plazo sugerido de ejecución

El plazo determinado para la presente línea de acción es de 10 meses.

Área de Mejora 3. Captación de Eventos

La presente área de mejora tiene el propósito de atraer nuevos eventos que permitan fortalecer la Industria de Eventos y Convenciones del departamento de Risaralda, así como promocionar el Departamento para posicionarlo en esta Industria a nivel nacional y de Iberoamérica.

En este sentido, las líneas de acción definidas buscarán impactar sectores de la cadena de valor tales como: los organizadores profesionales de congresos (OPC), la industria y entidades de soporte, y clientes en forma directa.



El desarrollo de las líneas de acción se realizó con la participación de los siguientes actores de la cadena de valor: Cotelco, Expofuturo, GHL, Hotel Movich, Invest in Pereira, Proexport, Gobernación y Cámara de Comercio de Pereira.



Líneas de acción del área de mejora

Las siguientes acciones han sido definidas con el fin de atraer nuevos eventos y convenciones para el departamento de Risaralda:

Línea 1: Promoción del territorio y de la oferta específica de la Industria de Eventos y Convenciones del Departamento.

A través de esta línea de acción se busca establecer estrategias que permitan promover el Departamento como un destino atractivo para la realización de eventos y convenciones, y posicionarlo dentro de la Industria a nivel nacional y de Iberoamérica.

Línea 2: Estrategias para la postulación y captación de eventos.

A través de esta línea de acción se busca generar estrategias y procedimientos para la postulación y captación de eventos a nivel nacional y de Iberoamérica.

Línea de acción 3.1: Promoción del territorio y de la oferta específica de la Industria de Eventos y Convenciones del Departamento.

1. Resumen/ Contexto

Si bien el departamento de Risaralda cuenta con una base empresarial y una adecuada infraestructura que le permite ofrecer un valor agregado para la realización de eventos y convenciones especializados en áreas tales como BPO, KPO & ITO, Textiles y Confecciones, Metalmecánica, Turismo, Educación y Agroindustria; actualmente el departamento no es reconocido en la Industria de Eventos y Convenciones a nivel nacional y de Iberoamérica como un destino atractivo para la realización de este tipo de eventos.

Por lo tanto, la presente línea de acción tiene el objetivo de promocionar el territorio para posicionar al Departamento en la industria de Eventos y Convenciones a nivel nacional y de Iberoamérica, así como para la captación de eventos.

2. Descripción de la línea de acción

Esta línea de acción se desarrollará a través de las siguientes actividades específicas.

1. Identificación de los programas y estrategias actuales de promoción del territorio tanto a nivel local, departamental y nacional:
 - Llevar a cabo reuniones con las Instituciones que lideran los programas de promoción del territorio, para conocer su estado actual, el nivel de inversión y los alcances esperados.
2. Elaborar una propuesta de promoción de la industria de eventos y convenciones del Departamento:
 - Validación de las ventajas competitivas y comparativas del territorio en términos de Industria de Eventos y Convenciones.
 - Creación de una estrategia de plan de medios en canales especializados de la Industria de Eventos y Convencio-

- nes.
 - Participación en eventos especializados en la industria según el mercado objetivo.
3. Desarrollar una estrategia de vinculación de aliados estratégicos para la atracción de eventos y la promoción del territorio:
- Estructuración de un programa de viajes de familiarización de periodistas y agentes de viaje, de acuerdo con los mercados y productos identificados.
 - Desarrollar un Programa de Embajadores, que consiste en la identificación de líderes que contribuyan a la promoción de Pereira y Risaralda.

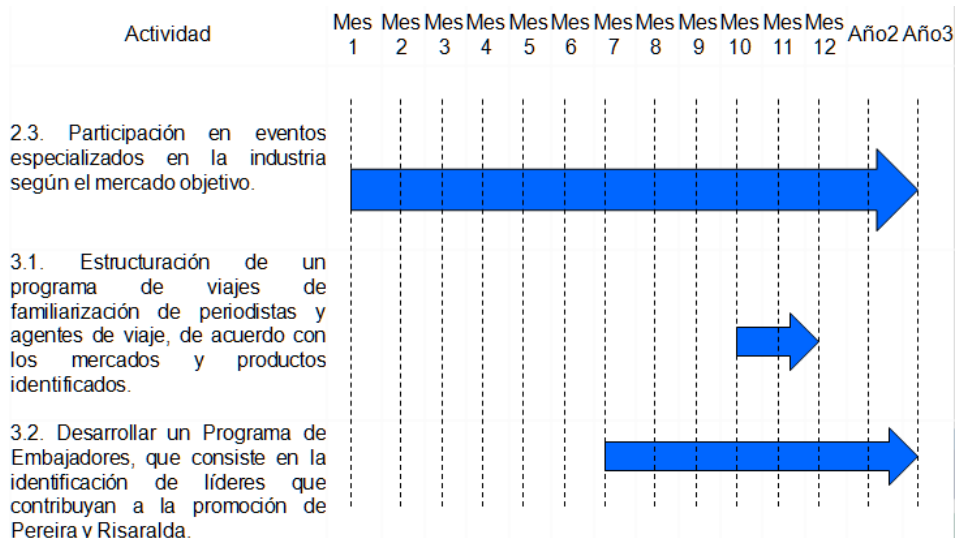
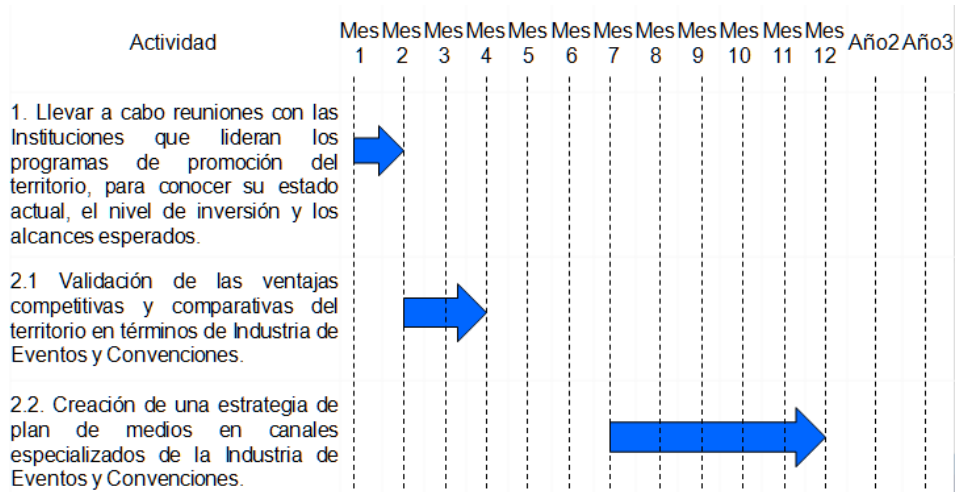
3. Objetivo

Promocionar el territorio para posicionar al Departamento en la industria de Eventos y Convenciones a nivel nacional y de Iberoamérica.

4. Responsable de coordinación

El Convention Bureau tendrá la función de articular los actores involucrados en la presente línea de acción para poner en marcha las actividades planteadas, así como la gestión y estructuración de proyectos para aplicación a posibles fuentes de financiación.

5. Cronograma



6. Presupuesto

El presupuesto correspondiente al año 1 para la ejecución de las actividades de esta línea de acción es de \$79.800.000 y se detalla de la siguiente manera:

Actividad	Detalle Presupuesto para el primer año
Llevar a cabo reuniones con las Instituciones que lideran los programas de promoción del territorio, para conocer su estado actual, el nivel de inversión y los alcances esperados.	Profesional medio tiempo \$1.300.000 + Gastos de viaje
Validación de las ventajas competitivas y comparativas del territorio en términos de Industria de Eventos y Convenciones	1 Profesional \$7.500.000
Creación de una estrategia de plan de medios en canales especializados de la Industria de Eventos y Convenciones.	\$30 Millones
Participación en eventos especializados en la industria según el mercado objetivo: EXPO MEETINGS - IMEX AMERICA - WORLD TRAVEL MARKET LATIN AMERICA - TRAVEL MART LATIN AMERICA - COCAL 2014 - VITRINA TURISTICA ANATO.	\$28 Millones
Estructuración y realización de un programa de viajes de familiarización de periodistas y agentes de viaje, de acuerdo con los mercados y productos identificados.	\$10 Millones
Desarrollar un Programa de Embajadores, que consiste en la identificación de líderes que contribuyan a la promoción de Pereira y Risaralda.	20% de dedicación de un profesional para la gestión de contactos \$3.000.000

7. Fuentes de financiamiento

Esta actividad requiere de la gestión de recursos en el territorio (públicos y privados) canalizados a través del Convention Bureau.

A continuación se enumeran algunas de las fuentes públicas identificadas para la obtención de recursos:

FONTUR

Con el fin de fortalecer la competitividad del sector y de los destinos turísticos, bajo la línea estratégica "Mejoramiento de la Competitividad Turística", el Fondo Nacional de Turismo cofinancia proyectos

encaminados a:

- Realizar estudios de factibilidad para el desarrollo de nuevos atractivos o el mejoramiento de algunos ya existentes.
- Construcción de obras de infraestructura turística
- Levantamiento de inventarios
- Asistencia técnica para el desarrollo de la planificación turística de los destinos
- Desarrollar programas de certificación en los destinos y en las empresas aportantes del sector.
- Programas de seguridad
- Diseño de producto Turístico
- Fortalecer las competencias del personal mediante programas de formación, entrenamiento, sensibilización y misiones tecnológicas, a través de cursos, talleres, congresos, foros, seminarios, encuentros y conferencias.
- Facilitar la aplicación de tecnologías para la innovación de productos o servicios.

Todo esto con el fin de ofrecer al sector la capacidad de crear e integrar productos diferenciados.

Otras Fuentes de Financiamiento

- PROEXPORT.
- FINDETER.
- FONADE.

8. Actores públicos y privados a involucrar

- Convention Bureau (coordinador)
- Gobernación de Risaralda
- Alcaldías
- Cámaras de Comercio
- Gremios
- Proexport Colombia
- Agencias de viajes receptoras con especialización en eventos
- Proexport

9. Ejemplo de referencia

BARCELONA TURISME: El Consorcio Turisme de Barcelona fue creado en el año 1993 por el Ayuntamiento de Barcelona, la Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona y la Fundació Barcelona Promoció. El Consorcio trabaja para promover la ciudad como destino turístico. Mediante varias líneas o programas, ofrecen un abanico de productos y servicios dirigidos al sector turístico profesional y al turista individual: cultura y ocio, comercio, operadores turísticos, productos turísticos, promoción del turismo corporativo entre otras acciones de fomento.



<http://www.barcelonaturisme.com/>

10. Plazo sugerido de ejecución

El cronograma de ejecución para las actividades establecidas se ha estipulado en un período de 1 año, con la necesidad de replicar el programa de acompañamiento cada año hasta el año 3.

Línea de acción 3.2: Estrategias para la postulación y captación de eventos.

1. Resumen/ Contexto

Con el propósito de atraer nuevos eventos que permitan fortalecer la Industria de Eventos y Convenciones del departamento de Risaralda, se ha identificado la necesidad de establecer un protocolo para la postulación y captación de dichos eventos, acorde con las capacidades específicas del territorio y los principales nichos de mercado. Adicionalmente, para tal fin se requiere establecer un plan de trabajo para la captación de eventos a nivel nacional y de Iberoamérica, y definir los recursos necesarios para su ejecución.

2. Descripción de la línea de acción

Esta línea de acción se desarrollará a través de las siguientes sub acciones:

- Identificar Asociaciones Nacionales con capítulo o sede en la ciudad de Pereira, así como las Asociaciones Iberoamericanas con capítulo o sede en Colombia.
- Elaborar un listado de las posibles Empresas Ancla que se encuentran instaladas en la ciudad de Pereira en sectores como BPO, KPO & ITO, Textiles y Confecciones, Metalmecánica, Turismo, Educación y Agroindustria.
- Realizar la búsqueda de eventos a captar para el Departamento, a través de Asociaciones nacionales e internacionales de la Industria de Eventos y Convenciones.
- Identificar y seleccionar eventos de carácter nacional e internacional en los cuales se realice la promoción de la oferta de Eventos y Convenciones del Departamento.
- Articular el plan de trabajo para la captación de eventos con el Programa de Embajadores contemplado en la línea de Promoción del Territorio.

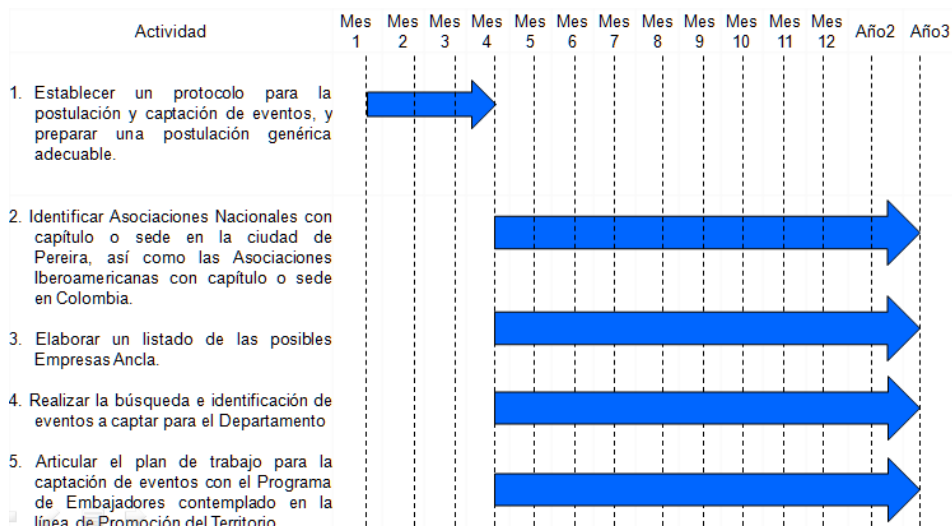
3. Objetivo

Generar una estrategia y sus procedimientos para la postulación y captación de eventos a nivel nacional y de Iberoamérica.

4. Responsable de coordinación

El Convention Bureau tendrá la función de articular los actores involucrados en la presente línea de acción para poner en marcha las actividades planteadas, así como la gestión y estructuración de proyectos para aplicación a posibles fuentes de financiación.

5. Cronograma



6. Presupuesto

El presupuesto para el año 1 para la ejecución de las actividades de esta línea de acción es de \$15.000.000 y se detalla de la siguiente manera:

Actividad	Detalle Presupuesto para el primer año
Establecer un protocolo para la postulación y captación de eventos, acorde con las capacidades específicas del territorio y prepara una postulación genérica adecuada.	Profesional medio tiempo \$5.000.000

<p>Identificar Asociaciones Nacionales con capítulo o sede en la ciudad de Pereira, así como las Asociaciones Iberoamericanas con capítulo o sede en Colombia.</p> <p>Elaborar un listado de las posibles Empresas Ancla que se encuentran instaladas en la ciudad de Pereira en sectores como BPO, KPO & ITO, Textiles y Confecciones, Metalmecánica, Turismo, Educación y Agroindustria.</p> <p>Realizar la búsqueda de eventos a captar para el Departamento, a través de Asociaciones nacionales e internaciones de la Industria de Eventos y Convenciones.</p> <p>Identificar y seleccionar eventos de carácter nacional e internacional en los cuales se realice la promoción de la oferta de Eventos y Convenciones del Departamento.</p> <p>Articular el plan de trabajo para la captación de eventos con el Programa de Embajadores contemplado en la línea de Promoción del Territorio.</p>	<p>Profesional medio tiempo \$10.000.000</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------

7. Fuentes de financiamiento

Esta actividad requiere de la gestión de recursos en el territorio (públicos y privados) canalizados a través del Convention Bureau.

PROEXPORT COLOMBIA a través de su Gerencia MICE apoya a la industria en:

- Acompañamiento para la preparación de la RFP
- Análisis de los competidores
- Acompañamiento en las citas de gestión de los tomadores de decisión
- Acompañamiento y representación en el evento de selección de la sede
- En caso de que el territorio se encuentre opcionado en la selección, podría llegar a cubrir los gastos para invitar al cliente potencial a conocer el territorio.

8. Actores públicos y privados a involucrar

- Convention Bureau (coordinador)
- Gobernación de Risaralda
- Alcaldías
- Cámaras de Comercio

- Gremios
- Proexport Colombia
- Agencias de viajes receptoras con especialización en eventos
- Proexport

9. Ejemplo de referencia



SEVILLA CONVENTION BUREAU

<http://www.sevillacb.com/es/sevilla-convention-bureau/bienvenida>

El Sevilla Congress and Convention Bureau, SCCB, tiene como misión ayudar, asistir, aconsejar y acompañar a los responsables del diseño y ejecución de congresos eventos y reuniones de negocios o incentivos, en su tarea de conseguir el mejor resultado en razón a sus necesidades. Esta misión incluye las siguientes gestiones:

- Preparación de candidaturas para Sevilla
- Información sobre nuestros asociados
- Asistencia técnica al organizador de congresos y eventos
- Información complementaria sobre la ciudad y la provincia
- Organización de fam trips
- Organización de visitas de inspección
- Imagen gráfica y fondo escenográfico
- Planos y folletos
- Gestiones institucionales

De manera específica, una de las estrategias que ha implementado el SCCB para la captación de eventos es la posibilidad de establecer contacto directo con la organización a través de su sitio web. A continuación se presenta el ejemplo específico del RFP para el SCCB:



Bogotá Convention Bureau

<http://www.bogotacb.com/es>

El BCB es un escenario de concertación público-privado, creado para promocionar a Bogotá como el escenario perfecto para la realización de eventos en Bogotá (Congresos, convenciones y viajes de incentivos).

Los socios estratégicos del BCB son la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB), la Alcaldía Mayor de Bogotá, la Gobernación de Cundinamarca, Proexport Colombia y más de 150 empresas privadas del sector turismo.

Una vez los clientes seleccionan a Bogotá como sede oficial de un evento, el Bureau inicia un acompañamiento en temas logísticos, en negociaciones con proveedores locales y promoción del evento, gestionando apoyo institucional del Gobierno Nacional y Distrital.

A continuación se presenta el mecanismo de solicitud de propuesta (RFP) que se encuentra en su página web:



[Inicio >](#)

Request For Proposal (RFP) Congresos, Convenciones y Viajes de Incentivos

Bogotá Convention Bureau

Con el fin de ofrecerte justo lo que estás buscando ayúdanos a responder las siguientes preguntas:

Idioma
Español

* English

Información de contacto

Nombre y Apellido de la persona de contacto *

Correo electrónico *

Teléfono de contacto *

Ind. País + Región + Teléfono

10. Plazo sugerido de ejecución

El cronograma de ejecución para las actividades establecidas se ha estipulado en un período de 1 año, con la necesidad de replicar el programa de acompañamiento cada año hasta el año 3.